

ISPETTORATO NAZIONALE DEL LAVORO



PROGRAMMA DI COMUNICAZIONE 2021

Ufficio comunicazione

17/11/2020

SOMMARIO

PREMESSA	2
ANALISI DEL CONTESTO.....	4
LE LINEE STRATEGICHE.....	4
OBIETTIVI.....	5
Comunicazione esterna.....	5
Comunicazione interna	7
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE.....	8
ALLEGATO 1.....	9
CAMPAGNE E ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE	9

PREMESSA

Il presente Programma di comunicazione definisce le strategie, gli obiettivi e le azioni di comunicazione che l'Ispettorato Nazionale del Lavoro prevede di attuare nel 2021, tenendo conto degli indirizzi programmatici del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali e della normativa di riferimento a partire dalla legge 7 giugno 2000, n. 150.

Questo Programma costituisce una leva verso il continuo processo di innovazione dell'Agenzia in quanto consente di migliorare l'efficienza della comunicazione e nello stesso tempo di migliorare la qualità delle relazioni e il dialogo all'interno e con l'esterno. Nello stesso tempo rappresenta anche uno strumento di lavoro per gli uffici, siano essi coinvolti in maniera diretta o indiretta; per questo è condiviso e a disposizione di tutto il personale dell'INL.

Il Programma è articolato per soddisfare i quattro temi prioritari previsti dalle linee guida del Dipartimento per l'Informazione e l'Editoria presso la Presidenza del Consiglio dei Ministri:

- identità della comunità;
- promozione di comportamenti positivi;
- responsabilità individuali e sociali;
- campagne di servizio.

In tale prospettiva il Programma è funzionale al perseguimento degli interessi strategici e della missione dell'Ispettorato privilegiando, costantemente, il servizio all'utente, rendendo in primo luogo chiari e comprensibili la missione dell'Ispettorato e i servizi che è in grado di offrire ai cittadini e agli operatori. In breve: avvicinare l'Ispettorato Nazionale del Lavoro ai "pubblici".

Nello stesso tempo si intende realizzare in maniera sistematica attività di informazione, promozione ed educazione alla salute e alla sicurezza sul lavoro ispirate ai principi di trasparenza, imparzialità, partecipazione ed esigibilità dei diritti da parte dei cittadini.

Massima attenzione sarà data alla trasparenza, garantendo non solo il rispetto degli obblighi di pubblicazione previsti per legge ma anche la diffusione di tutte le notizie ritenute di interesse.

In questo contesto, sarà maggiormente valorizzato il ruolo dei *social media* come veicolo di divulgazione imprescindibile nell'attuale evoluzione della comunicazione istituzionale.

Altrettanta attenzione sarà rivolta ancora alla comunicazione interna con lo scopo di garantire un'adeguata circolazione delle informazioni tra strutture (c.d. comunicazione di servizio) e di rafforzare il senso dell'appartenenza (c.d. comunicazione di coinvolgimento), migliorando i processi di comunicazione.

Nei termini sin qui definiti, la comunicazione diventa quindi parte integrante dell'azione dell'INL, così come previsto dalla direttiva 7 febbraio 2002 della Presidenza del Consiglio dei Ministri, Dipartimento della Funzione Pubblica

Il grado di raggiungimento degli obiettivi sarà misurato attraverso la definizione di target e di specifici indicatori di risultato.

Nel corso dell'anno, resta ferma la possibilità di rimodulare l'attività di comunicazione in caso di modifiche normative o di sopraggiunte priorità come i possibili condizionamenti derivanti dai vari livelli della fase emergenziale da Covid-19.

ANALISI DEL CONTESTO

Lo scenario di interesse per l'Ispettorato Nazionale del Lavoro è il mondo del lavoro.

Attraverso l'istituto della vigilanza, infatti, l'Ispettorato interagisce con tutte le realtà produttive presenti sul territorio nazionale che vanno dalle imprese di grandi dimensioni fino alle Amministrazioni Pubbliche, in cui la funzione di controllo e verifica si esercita, tra l'altro, sulla legittimità dei contratti di lavoro, sui tirocini, sul reddito di cittadinanza o sulla tutela economica del lavoratore.

LE LINEE STRATEGICHE

L'Ispettorato Nazionale del Lavoro intende proseguire una strategia di comunicazione fondata su tre direttrici:

- evoluzione del concetto di comunicazione istituzionale da mera attività di diffusione all'esterno di informazioni a servizio che si concretizzi in un gamma di iniziative, di carattere informativo/interattivo, utili alla collettività.
- ricerca di un rapporto di interlocuzione con i cittadini e le altre istituzioni, avviata fin dall'istituzione dell'INL, valorizzando costantemente il portale istituzionale e l'uso dei *social media* come piattaforme di incontro;
- perseverare nel processo di cambiamento della percezione che i cittadini hanno dell'Ispettorato Nazionale del Lavoro, valorizzando il rapporto diretto con il territorio anche attraverso interventi mirati soprattutto nelle istituzioni scolastiche.

L'Ispettorato intende promuovere anche le azioni necessarie per migliorare la comunicazione interna incrementando, di conseguenza, la consistenza e la qualità della comunicazione rivolta ai cittadini.

In tale contesto sono state individuate le seguenti linee strategiche:

- rafforzare i valori organizzativi;
- intensificare il consenso e il coinvolgimento delle persone favorendo il senso di appartenenza;
- comunicare le strategie del vertice;

- supportare le innovazioni gestionali e organizzative;
- favorire la circolazione delle informazioni sui meccanismi operativi (norme, procedure, struttura).

OBIETTIVI

Obiettivo generale del Programma di comunicazione è di facilitare il rapporto con i cittadini, rafforzare il dialogo e renderlo più diretto ed efficace, pertanto si intende realizzare uno strumento che consenta di coniugare la *mission* dell'Ispettorato con i propri pubblici di riferimento, le strategie e gli strumenti di comunicazione secondo un disegno organico e razionale.

Gli obiettivi strategici concordano strettamente con le funzioni e la *mission* affidati all'Ispettorato. Nello specifico, e per immediatezza, gli obiettivi sono distinti funzionalmente alla comunicazione interna e a quella esterna.

Comunicazione esterna

Per il 2021 costituiranno obiettivi di comunicazione:

- rappresentare il ruolo, la *mission*, i servizi e i progetti dell'Agenzia;
- facilitare l'accesso ai servizi;
- sensibilizzare i cittadini sui valori della legalità e della sicurezza nel lavoro;
- semplificare lo stile comunicativo.

Far conoscere l'Agenzia e la sua mission

L'obiettivo è funzionale al rafforzamento dell'immagine dell'Agenzia; un'immagine che trasmetta affidabilità, trasparenza, funzionalità.

Si procederà per favorire una percezione positiva dell'INL attraverso un'attività di informazione costante verso i cittadini e gli organi di informazione. Il processo comporterà un continuo restyling dinamico del sito istituzionale dal punto di vista della funzionalità, dei servizi e del potenziamento dei *social media*. Inoltre, si intende realizzare una *newsletter* periodica quale mezzo di comunicazione esterno e interno da inviare agli utenti iscritti volontariamente.

Saranno attivate nuove forme di comunicazione in funzione dei diversi target e anche in considerazione dell'analisi dei risultati ottenuti dalla somministrazione di un questionario agli stakeholder di riferimento nel contesto della *customer satisfaction*.

Facilitare l'accesso ai servizi

Fornire informazioni e orientamento per l'accesso ai servizi disponibili online o presso le sedi degli Uffici territoriali con l'obiettivo di ridurre al massimo le barriere burocratiche per dare la possibilità agli utenti di trovare con facilità le risposte ai loro quesiti.

Questa iniziativa si propone di offrire uno sportello virtuale, ma anche fisico, al quale rivolgersi per ottenere tutte le informazioni necessarie per l'accesso ai servizi che riguardano la sicurezza e la legalità nei rapporti di lavoro.

Sensibilizzare i cittadini sui valori della legalità e sicurezza nel lavoro

Un progetto per incentivare l'assunzione di responsabilità del singolo verso la collettività. Attraverso incontri programmati l'Ispettorato, anche per il 2021, intende promuovere nel suo ambito di competenza, soprattutto nelle scuole, l'insegnamento della legalità al fine di creare un circolo virtuoso fra i giovani cittadini e le istituzioni.

Con la collaborazione delle scuole è possibile creare un dialogo con gli studenti ai quali rafforzare l'idea che sicurezza e legalità devono essere considerati obiettivi primari per la collettività e che gli illeciti producono dei costi altissimi per l'economia tra tasse evase, sfruttamento dei lavoratori, sottrazione di ricchezza alle imprese e allo Stato.

Semplificare lo stile comunicativo

Al fine di ridurre le residuali distanze tra l'Amministrazione Pubblica e i cittadini e sulla base delle direttive emanate anche dal Dipartimento della Funzione Pubblica, si rende necessario proseguire nel processo di semplificazione del linguaggio burocratico affinché si utilizzino modalità comunicative e stili più immediati e vicini agli utenti.

Target di riferimento

Le azioni di comunicazione sono rivolte alle seguenti macrocategorie di riferimento:

- opinione pubblica e cittadini;
- giornalisti;
- Istituzioni (enti pubblici, organismi internazionali, associazioni, sindacati);
- operatori di settore.

Comunicazione interna

Gli obiettivi individuati nel contesto della comunicazione interna prendono in considerazione i seguenti cluster:

- la cultura organizzativa;
- il benessere organizzativo;
- ottimizzazione dell'intranet e dei *social media*.

Sulla base dei risultati dell'indagine del *sentiment* interno effettuata nel 2020 si procederà all'attuazione delle misure idonee utili a correggere le criticità emerse.

Si intende altresì adottare e consolidare iniziative volte a mantenere e promuovere il benessere fisico e psicologico dei dipendenti attraverso due dimensioni: una "*interna all'ufficio*" che riguarda la vita lavorativa in tutte le sue manifestazioni e l'altra che guarda al dipendente "*fuori dall'ufficio*" quale attore che, in una certa misura, mantiene l'identità di dipendente dell'INL.

Si darà rilievo alla stipula di convenzioni per creare condizioni favorevoli al personale dell'INL in ambito esterno al luogo di lavoro.

Inoltre, il portale intranet sarà utilizzato per rendere più efficaci le sue funzioni strategiche:

- la formazione;
- l'aggiornamento dei flussi informativi e sulle attività dell'Ispettorato;
- l'accesso agli strumenti di lavoro (comunicazioni di servizio, guide operative, modulistica, direttive, circolari, etc.);
- la gestione di forum tematici tramite l'intranet.

Infine, per una migliore organizzazione delle attività verrà predisposto un regolamento interno per garantirne il corretto utilizzo dei *social media* (quali informazioni pubblicare, chi le pubblica, con quali modalità) e per renderne più efficace l'uso da parte di tutti i settori verrà rafforzato il *social media team* all'interno dell'INL.

MONITORAGGIO E VALUTAZIONE

La misurazione del raggiungimento degli obiettivi di comunicazione e dunque la valutazione complessiva dell'attività sarà effettuata con risorse interne all'INL, utilizzando gli strumenti a disposizione come:

- statistiche degli accessi ai siti internet e ai servizi web;
- analisi di segnalazioni previsti nei servizi di *customer care*;
- questionari di valutazione di laboratori, workshop, etc.

L'attuazione del Programma di comunicazione sarà monitorata con cadenza – di norma - trimestrale per agevolare tempestive eventuali azioni correttive secondo le seguenti modalità:

- 1) correlazione tra comunicati diramati e citazioni sulle principali testate, sulle agenzie nazionali e sul web (analisi quantitativa);
- 2) rilevazione dei servizi audio-video per analizzare la reputazione dell'INL (analisi qualitativa);
- 3) reportistica sul sentiment attraverso uno screening di *web reputation* che consenta di rilevare criticità e potenzialità delle azioni di comunicazione;
- 4) per il portale Internet e intranet, attraverso la verifica:
 - dei contenuti, valutando la corrispondenza con quanto pianificato;
 - dell'attrattività del portale web (visualizzazioni, accessi; etc.);
 - del grado di adeguamento alle linee guida AGID;
 - di insight, copertura, interazioni dei profili *social* ufficiali dell'INL (monitoraggio semestrale).
- 5) reportistica sull'adeguamento *visual identity* a livello territoriale (raccordo centro-periferia, tracciabilità delle richieste di condivisione di layout grafici e facsimili, etc.);
- 6) mappatura degli eventi (seminari, convegni, fiere) programmati, autorizzati e realizzati a livello centrale e territoriale;
- 7) tracciabilità dei feedback post-evento (segnalazioni in rassegna, report fotografici, etc.).

ALLEGATO 1

CAMPAGNE E ATTIVITÀ DI COMUNICAZIONE

1. La legalità nei luoghi di lavoro spiegato agli studenti
2. Migliorare l'efficienza e l'efficacia delle attività dell'Ispettorato Nazionale del Lavoro
3. Divulgare l'attività e la mission dell'INL
4. Annual Report INL 2020
5. Forum PA 2021
6. Open day

SCHEDA 1

TITOLO	La legalità nei luoghi di lavoro spiegato agli studenti
ANALISI DELLO SCENARIO	Il passaggio dall'adolescenza all'età adulta rappresenta una delle fasi più critiche nella vita di una persona. È il momento in cui il soggetto pone le basi della sua identità personale e sociale
OBIETTIVI	Organizzazione di incontri tematici nelle al fine di sensibilizzare i giovani sui valori della legalità e della sicurezza nel lavoro
TARGET	Studenti e insegnanti delle scuole medie, delle scuole medie superiori e università
AREE TEMATICHE E CONTENUTI	Il lavoro e l'applicazione delle leggi previste dalla normativa vigente
MEZZI DI COMUNICAZIONE	Front line o interattiva
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI	Questionario di gradimento al termine di ogni incontro
PERIODO DI DIFFUSIONE	Nel corso dell'anno
BUDGET	Nessun costo per l'INL
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Dirigenti scolastici

SCHEDA 2

TITOLO	Migliorare l'efficienza e l'efficacia delle attività dell'Ispettorato Nazionale del Lavoro
ANALISI DELLO SCENARIO	Il rapporto annuale delle attività nel 2019 dell'INL descrive che, in Italia, il numero dei lavoratori in nero costituisce il 40% dei lavoratori irregolari e la loro presenza è stata riscontrata in oltre il 48% delle ispezioni in cui sono stati accertati illeciti
OBIETTIVI	Sviluppare un piano utile per rendere più efficienti i rapporti con i datori di lavoro e per facilitare la comprensione da parte degli stakeholder delle disposizioni legali riguardanti il lavoro regolare
TARGET	Dipendenti, datori di lavoro, sindacati, consulenti del lavoro
AREE TEMATICHE E CONTENUTI	Uso del lavoro nero e del lavoro irregolare sia da parte dei lavoratori che da parte dei datori di lavoro.
MEZZI DI COMUNICAZIONE	Somministrazione di un questionario su di un campione selezionato dei principali attori interessati. Più specificamente, verrà applicato l'approccio di campionamento delle quote
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI	Numero di questionari compilati
PERIODO DI DIFFUSIONE	Nel corso dell'anno
BUDGET	Nessun costo per l'INL
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Servizio di Supporto alle Riforme Strutturali (SRSS) della Commissione Europea

SCHEDA 3

TITOLO	Divulgare l'attività e la mission dell'INL
ANALISI DELLO SCENARIO	Il mondo del lavoro e la normativa che regola i rapporti contrattuali e la sicurezza
OBIETTIVI	Partecipazione e coordinamento a eventi e seminari informativi in sinergia con gli uffici centrali e periferici, anche con la pubblicazione preventiva di comunicati stampa ad hoc
TARGET	Dipendenti, datori di lavoro, sindacati, consulenti del lavoro, studenti universitari, associazioni di categoria
AREE TEMATICHE E CONTENUTI	La normativa e regolamenti nelle attività di competenza dell'Agenzia
MEZZI DI COMUNICAZIONE	Front line o interattiva
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI	Questionario di gradimento
PERIODO DI DIFFUSIONE	Nel corso dell'anno
BUDGET	Nessun costo per l'INL
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Enti, Istituzioni, Università, Associazione di categoria

SCHEDA 4

TITOLO	Annual Report 2020
ANALISI DELLO SCENARIO	Il mondo del lavoro e l'applicazione delle norme contrattuali e di sicurezza
OBIETTIVI	Divulgazione di dati e statistiche
TARGET	Istituzioni, sindacati, consulenti del lavoro, associazioni di categoria, media
AREE TEMATICHE E CONTENUTI	L'attività di controllo svolta dall'INL nel 2020
MEZZI DI COMUNICAZIONE	Conferenza stampa, comunicati stampa
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI	Numero di partecipanti all'evento e attenzione da parte dei media
PERIODO DI DIFFUSIONE	Marzo – aprile
BUDGET	Nessun costo per l'INL
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

SCHEDA 5

TITOLO	Forum PA 2021
ANALISI DELLO SCENARIO	Il mondo della Pubblica Amministrazione e i temi dell'innovazione a favore dei cittadini e delle imprese
OBIETTIVI	Divulgazione delle attività dei servizi e della mission dell'INL
TARGET	Cittadini, dipendenti pubblici, stakeholder
AREE TEMATICHE E CONTENUTI	Diffusione delle attività e dei servizi forniti dall'INL
MEZZI DI COMUNICAZIONE	Seminari / workshop
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI	Numero di partecipanti all'evento e attenzione da parte dei media
PERIODO DI DIFFUSIONE	Maggio – giugno
BUDGET	Da definire
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

SCHEDA 6

TITOLO	Open day
ANALISI DELLO SCENARIO	Il contesto lavorativo dell'INL sia a livello centrale che periferico
OBIETTIVI	Condividere con i propri familiari le attività svolte dal personale durante l'orario di servizio
TARGET	Personale dell'INL
AREE TEMATICHE E CONTENUTI	La quotidianità negli Uffici centrali e periferici dell'INL, attività di informazione culturale e/o scientifica
MEZZI DI COMUNICAZIONE	Visite guidate dagli stessi dipendenti, seminari, attività ricreative per i figli del personale
MONITORAGGIO E VALUTAZIONE DEI RISULTATI	Indice di partecipazione
PERIODO DI DIFFUSIONE	Settembre –ottobre
BUDGET	Nessun costo per l'INL
SINERGIE CON ALTRE AMMINISTRAZIONI	Nessuna